



COMMERCE

Maîtriser les fondamentaux des techniques de vente

La vente est un acte qui n'admet pas l'improvisation.
Cette formation à vocation opérationnelle vous apprendra à maîtriser
les différentes phases de l'entretien de vente, que ce soit en BtoB ou en BtoC.
Les techniques enseignées vous permettront d'arriver sereinement jusqu'à
la signature de vos contrats.

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- **Savoir identifier et maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente**
- **Réussir à améliorer sa communication pour mieux cerner les besoins client**
- **Réussir à traduire son offre en bénéfices client et l'argumenter**
- **Réussir à transformer une objection en élément positif**
- **Savoir identifier le moment opportun pour conclure et s'engager conjointement**



Public visé :

Commerciaux, responsables commerciaux, responsables des ventes, responsables marketing, assistant (e) commercial (e), chef d'entreprise. Tout collaborateur en charge de rédiger des argumentaires de vente.

Prérequis :

- Avoir une bonne maîtrise de la compréhension écrite et orale de la langue française
- Aucun niveau d'études requis

Modalités de contrôle préalable :

Entretien téléphonique ou physique avec la responsable pédagogique.

Moyens pédagogiques :

Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : exposés, aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application, études de cas ou présentation de cas réels, modèle de document.

Moyens techniques :

Salle équipée : vidéo-projecteur, caméra, paper board, imprimante/copieur, wifi.

Moyens d'encadrement :

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.



PROGRAMME DETAILLE DE LA FORMATION

Jour 1

1 – Identifier le contexte de l'entretien de vente

- Connaître l'importance de la vente dans le processus marketing et commercial
- Différencier la vente à des professionnels et la vente aux particuliers
- Savoir se préparer (dans la tête et dans la pratique)
- Connaître le rôle du commercial
- Savoir attirer l'attention de l'interlocuteur et susciter son intérêt
- Connaître les phases d'un entretien de vente
- **Exercice pratique** : Représenter sous la forme d'une liste mentale les différentes étapes de l'entretien de vente

2 – Savoir se présenter : la prise de contact

- Maîtriser la première rencontre, la première impression, la crédibilité de l'entreprise et de son représentant
- Connaître les techniques pour se présenter
- Maîtriser les attitudes de communication pour briser la glace
- Connaître la communication non verbale
- **Mise en situation** : Exercices à l'oral pour briser la glace et se présenter
Débriefing orienté sur le non-verbal



Jour 2

1 – Réussir à découvrir les besoins du client

- Savoir recueillir les besoins, obtenir la confiance, technique de découverte
- Savoir questionner : utiliser différents types de questions
- Savoir écouter : l'écoute active pour rebondir
- Savoir analyser les différents leviers de motivation
- Savoir faire ressortir les besoins cachés
- Reformuler les besoins du client
- **Mise en situation** : Lister les questions à poser et les ordonnancer selon la technique de l'entonnoir. Mise en situation sur la découverte des besoins et la reformulation.

2 – Savoir argumenter et convaincre son client

- Créer une suite logique après la découverte des besoins
- Démontrer l'adéquation de la solution au besoin
- Se différencier de la concurrence
- Utiliser l'argumentaire SONCAS
- Mettre en avant les bénéfices clients :
- Formuler une proposition : devis, offre, présentation verbale
- **Jeu de rôle** : Construction d'un argumentaire de vente selon la méthode SONCAS.



Jour 3

1 – Savoir répondre aux objections

- Maîtriser les objections : qu'est-ce qu'une objection ?
- Savoir transformer une objection en élément positif
- Réussir à identifier les types d'objections et les anticiper
- Savoir traiter l'objection prix avec différentes techniques
- **Exercice pratique** : Constituer un catalogue d'objections et de réponses. Entraînement à répondre aux objections avec les différentes techniques.

Jour 4

1 – Réussir à conclure l'entretien et signer

- Savoir déceler les signes qui montrent qu'il est temps de conclure. Les types d'objections.
- Obtenir un engagement et signer.
- Savoir comment prendre congé (confortation de vente).
- **Exercice pratique** : Lister et rédiger les phrases efficaces pour conclure un entretien.

Concernant les formations individuelles uniquement : Evaluation et consolidation des connaissances acquises en conditions réelles : accompagnement en clientèle (3h) avec le formateur. Il faut donc prévoir ce module en plus dans la durée du programme initial.



ORGANISATION & FONCTIONNEMENT DE LA FORMATION

Durée totale de la formation : 4 jours (28 heures)

En groupe de : 10 personnes maximum

Horaires : 9h30 -13h00 / 14h00-17h30

Accueil : 15 minutes avant l'heure de début

Mode d'organisation pédagogique : Présentiel en inter-entreprise

Lieu de formation : En centre de formation

Prix : 1400 Euros nets de taxes

Inscription conseiller au minimum un mois avant la date de démarrage (Dans le cas d'une prise en charge OPCO). Nous nous engageons à vous répondre dans un délai de 24 heures (Hors week-end et jours fériés)

Nos locaux respectent toutes les normes actuelles en termes d'hygiène, de sécurité, et d'accessibilité aux personnes à mobilité réduite en tant qu'établissement recevant du public.

Dans le cadre d'un handicap et d'un besoin d'aménagement particulier, n'hésitez pas à nous contacter :
Madame CANOVAS Sylvie 07 69 52 62 03 – uniservice.formation@gmail.com

SUIVI ET APPRECIATION DES RESULTATS

Suivi de l'exécution :

Feuilles d'émargement signées des stagiaires et du formateur, par demi-journée.

Attestation d'assiduité signée du stagiaire en fin de session, et remise à l'organisme payeur.

Attestation de fin de formation remise aux stagiaires ayant bien assisté à la totalité de la session.

Appréciation des résultats :

Exercices pratiques, mises en situation, questions ouvertes, jeux de rôles, réalisation d'une démonstration de vente.

Questionnaires à chaud et à froid, évaluation du transfert des connaissances et de satisfaction générale du cours.

Actualisé le 29/01/2021 – MAJ_Janv_2021 V1